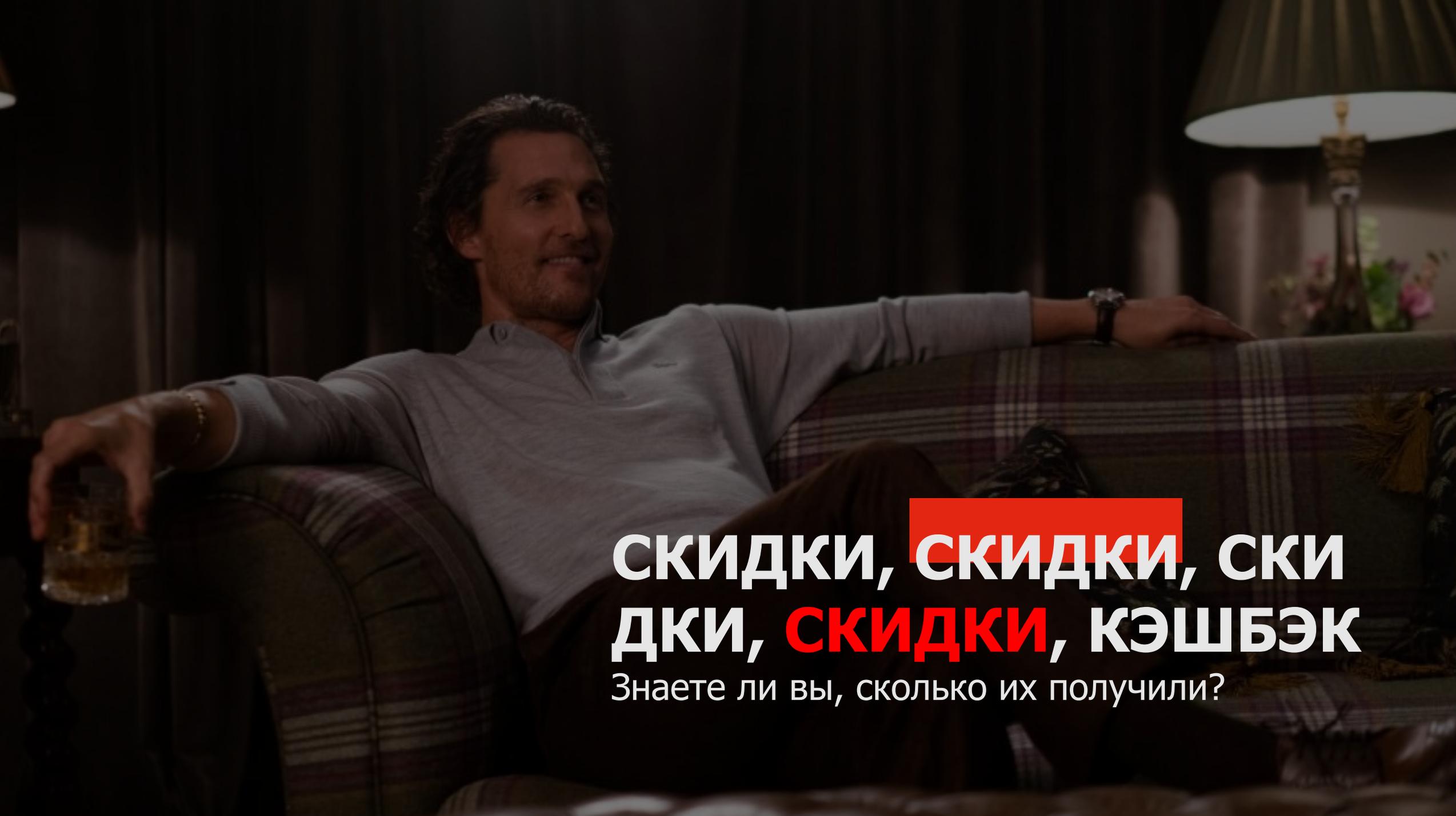


A low-angle shot of two men standing in the open trunk of a car. The man on the left is wearing a brown suit, a brown fedora, and glasses, looking towards the camera. The man on the right is wearing a dark suit, glasses, and has a beard, looking slightly away from the camera. They are in front of a brick building with a window. The scene is dimly lit, suggesting dusk or dawn.

УТИЛИЗИРУЙ ЭТО!

Нераскрытый потенциал коллаборации

A man with long hair and a beard is sitting on a plaid sofa in a dimly lit room. He is wearing a light-colored long-sleeved shirt and dark pants. He is holding a glass of whiskey in his right hand and has his left arm resting on the back of the sofa. The room is dark, with a lamp visible in the background.

**СКИДКИ, СКИДКИ, СКИ
ДКИ, СКИДКИ, КЭШБЭК**

Знаете ли вы, сколько их получили?

РАЗМЕР ПРИВЛЕКАЕТ ВНИМАНИЕ

Размер кэшбэка способен поднять эффективность до 2,5 раз

10%

до 10% годовых на остаток, кэшбэк на все Снятие наличных во всех банкоматах бесплатно



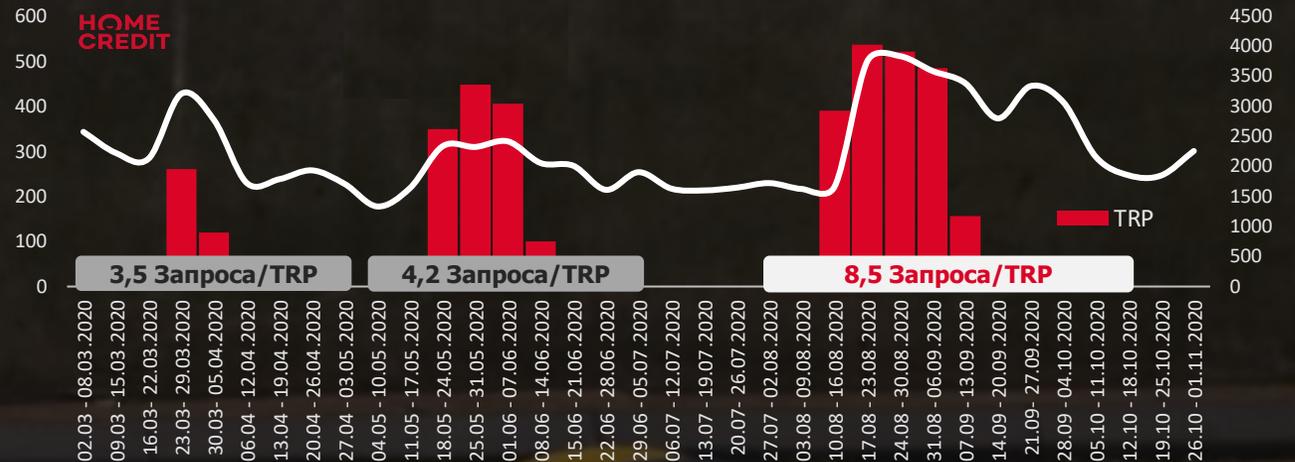
5%

Кэшбэк 5% Оформите карту не выходя из дома Обслуживание бесплатно

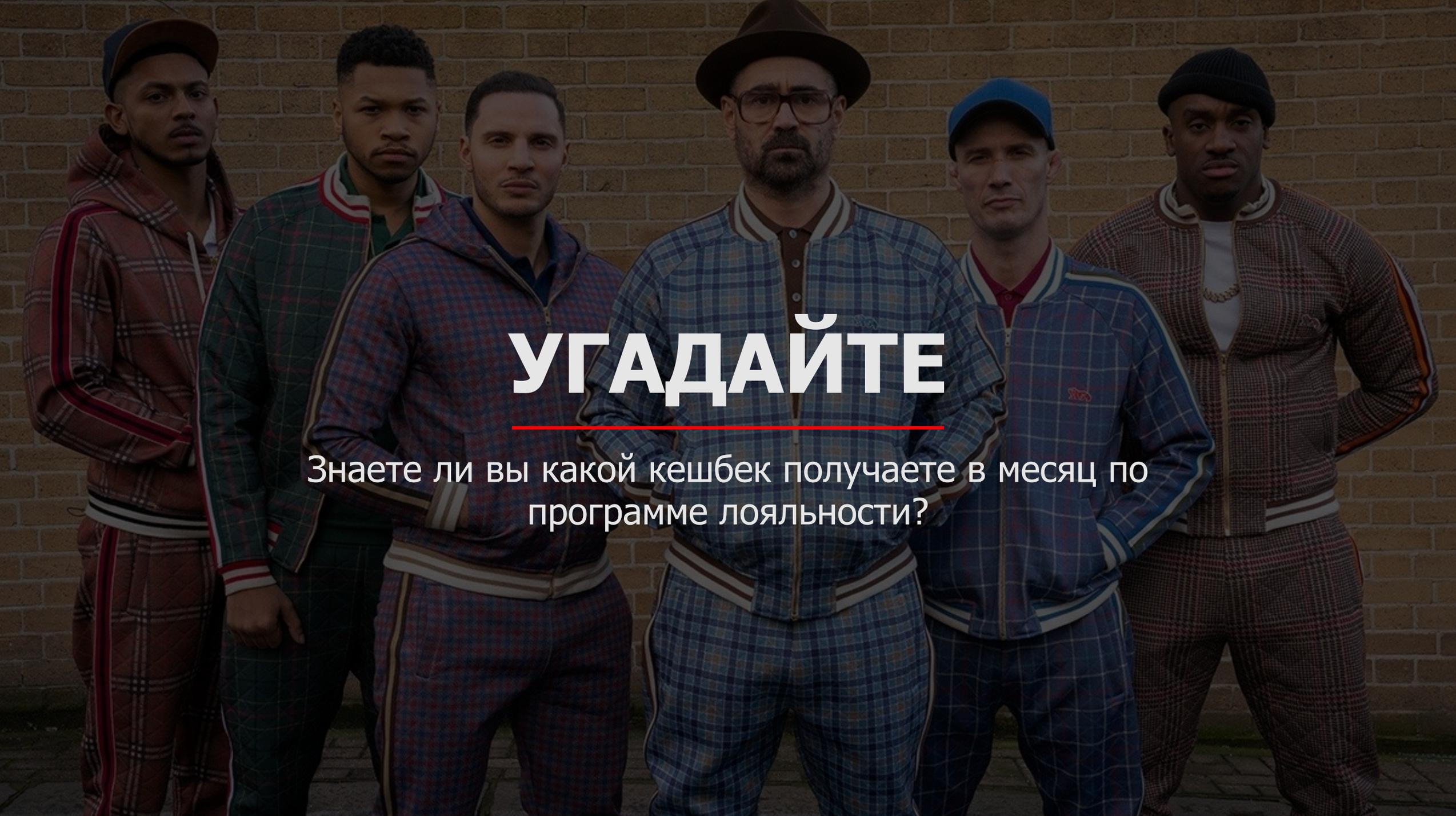


15%

Кэшбэк 15% за все при оплате смартфоном, обслуживание бесплатно «Померяемся кэшбэками?»



Источник: Данные Media Instinct; На примере банковской категории

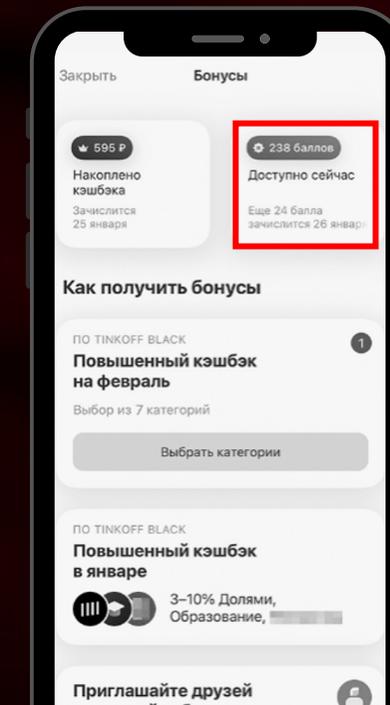
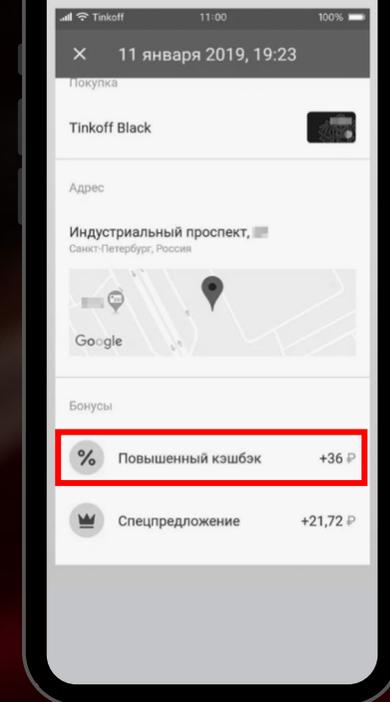
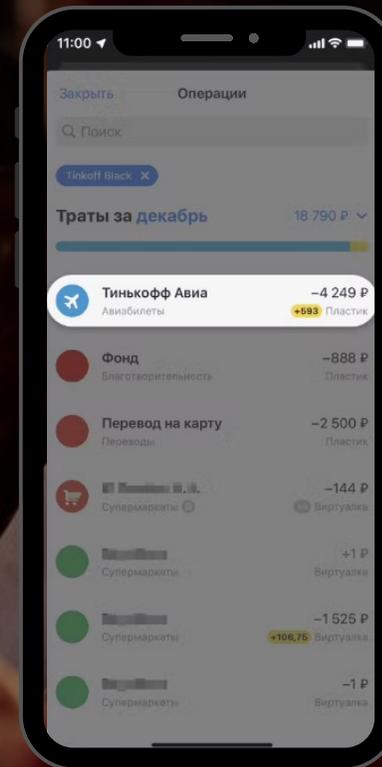
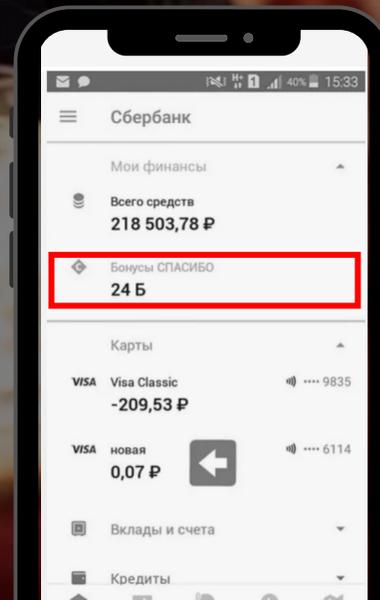
A group of six men of diverse ethnicities are standing in a row against a brick wall. They are all wearing tracksuits in various colors and patterns, including plaid and solid colors. The man in the center is wearing a brown hat and glasses. The overall tone is serious and focused.

УГАДАЙТЕ

Знаете ли вы какой кешбек получаете в месяц по программе лояльности?

ЕСЛИ ЧЕСТНО, ЛЮДЯМ ДОСТАТОЧНО ВСЕ РАВНО НА САМИ СКИДКИ...

Мы не замечаем кол-во баллов
в приложении, хотя получаем пуши
о них каждый день



НО БЕЗ СКИДОК ЛЮДИ НЕ БЕРУТ В ПРИНЦИПЕ

2 раза может достигать разница вклада в продажи от 1 TRPs вложенного в ПРОМО vs ПРОДУКТ



Источник: Данные Media Instinct; На примере брендов из FMCG категории

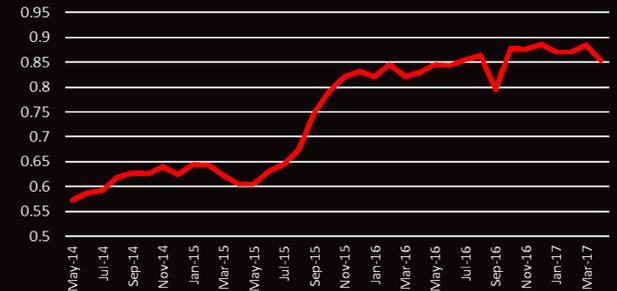
НО БЕЗ СКИДОК ЛЮДИ НЕ БЕРУТ В ПРИНЦИПЕ

X1,5-2 раза повышение цены дает сопоставимое снижение продаж/SOM/сокращение полки

Продажи в штуках



Индекс цены



Доля рынка в штуках



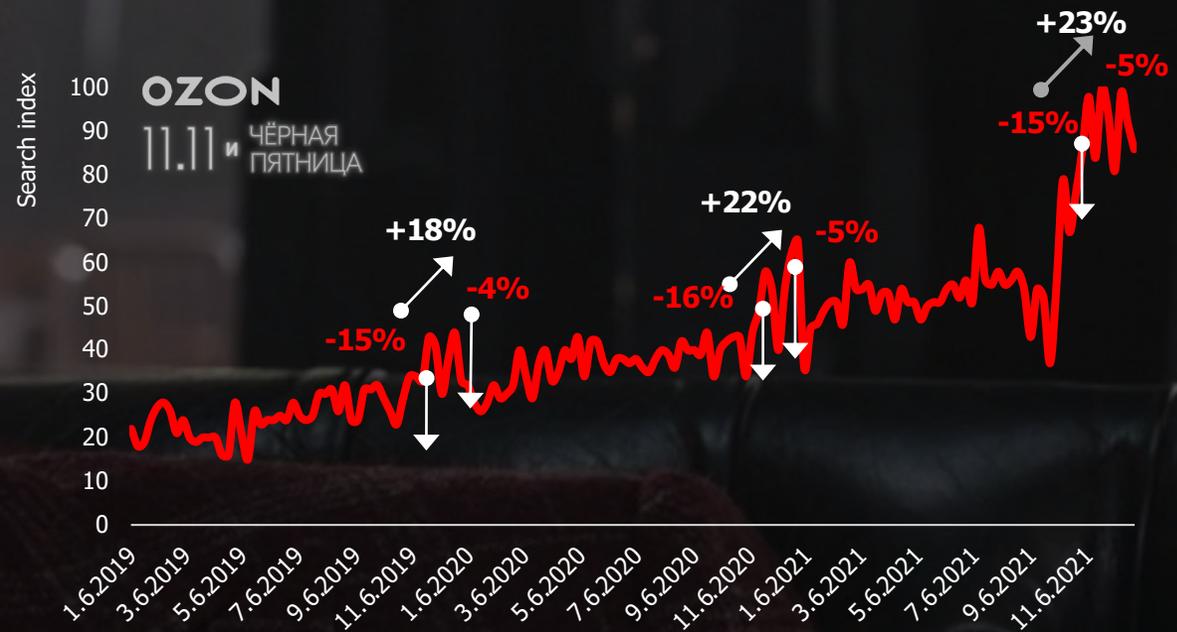
Взвешенная дистрибуция



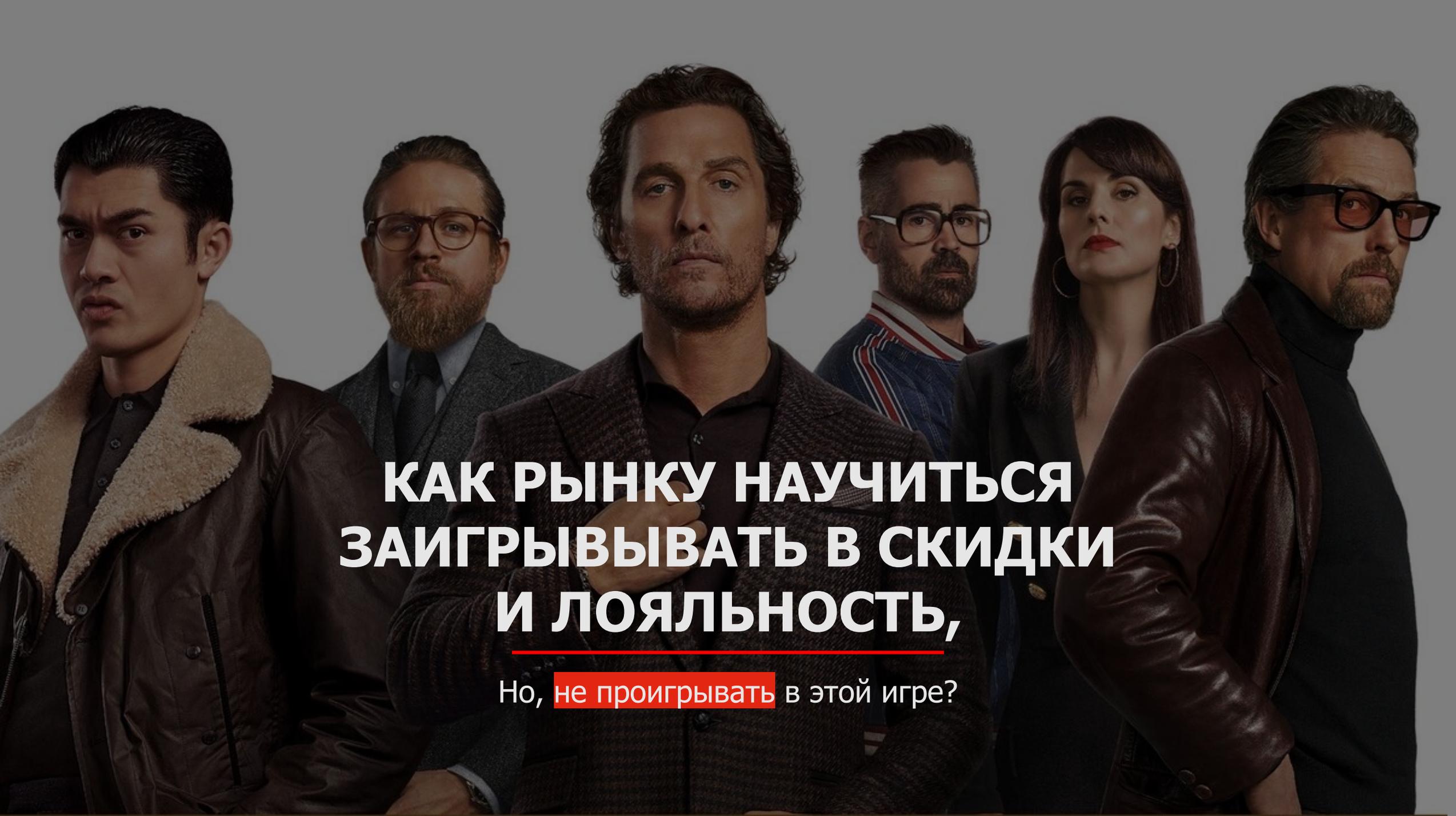
Источник: Данные Media Instinct; На примере брендов из FMCG категории

КОГДА ОБОРОТЫ БЕШЕННЫЕ НО ПРИБЫЛЬ ЕЩЕ НЕ СЧИТАЛ...

Или как в желании угодить клиенту и обойти конкурентов,
мы трахаем сами себя...

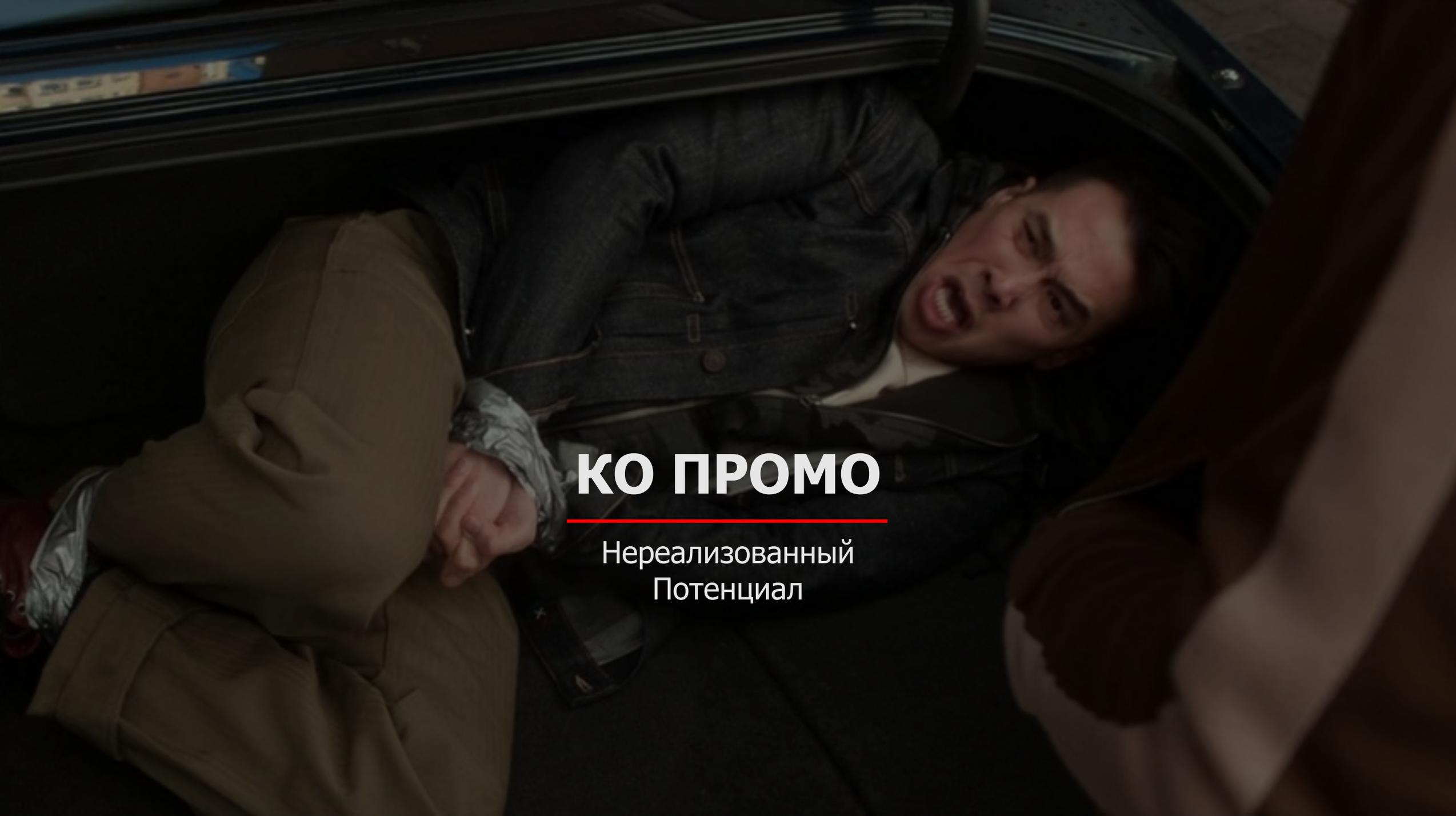


Источник: Индекс поискового спроса Ozon по данным Google Trends



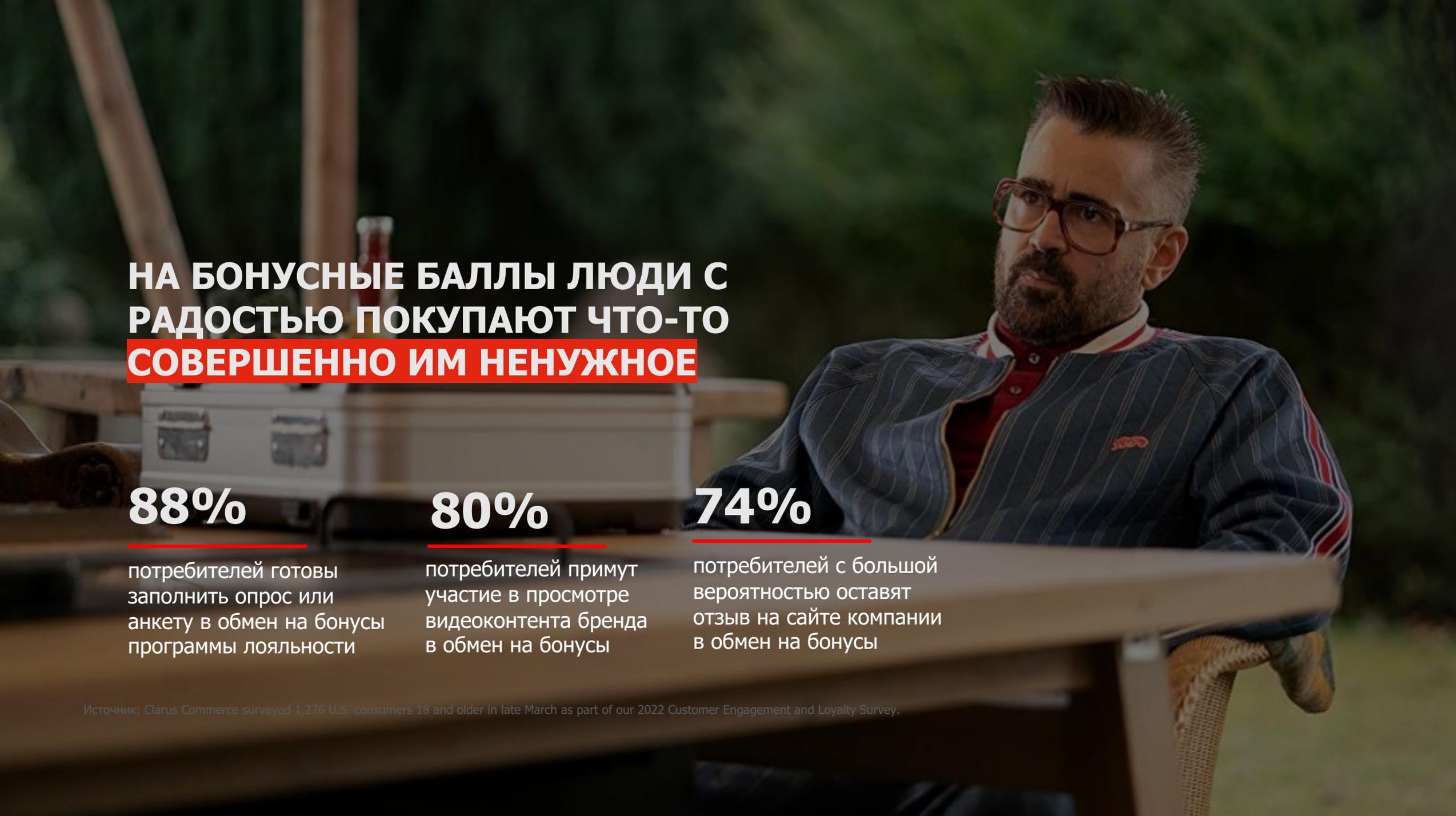
**КАК РЫНКУ НАУЧИТЬСЯ
ЗАИГРЫВАТЬ В СКИДКИ
И ЛОЯЛЬНОСТЬ,**

Но, **не проигрывать** в этой игре?



КО ПРОМО

Нереализованный
Потенциал



НА БОНУСНЫЕ БАЛЛЫ ЛЮДИ С РАДОСТЬЮ ПОКУПАЮТ ЧТО-ТО СОВЕРШЕННО ИМ НЕНУЖНОЕ

88%

потребителей готовы заполнить опрос или анкету в обмен на бонусы программы лояльности

80%

потребителей примут участие в просмотре видеоконтента бренда в обмен на бонусы

74%

потребителей с большой вероятностью оставят отзыв на сайте компании в обмен на бонусы

ЛОТЕРЕЙНЫЙ БИЛЕТ – ИДЕАЛЬНЫЙ РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЙ «УТИЛИЗАТОР» БАЛЛОВ

- Они классные
- На них жалко денег, но не баллы
- Это тоже по сути развлечение (а мы скидками именно развлекаем)

74%

потребителей присоединятся к программе лояльности, если она предложит участвовать в лотерее, чтобы выиграть приз

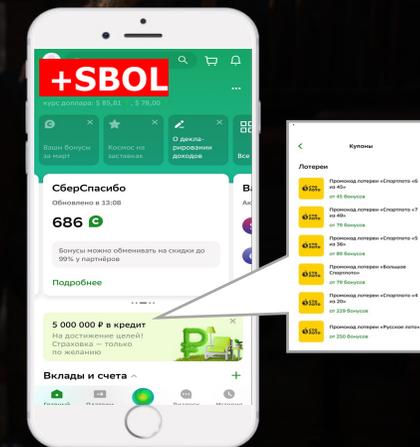
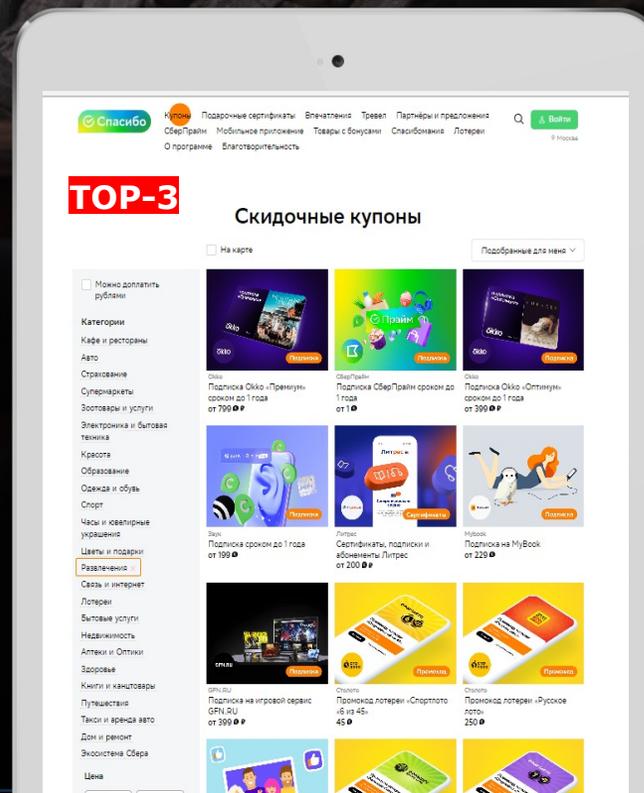
МЫ ПРЕДЛОЖИЛИ ПОТРАТИТЬ БОНУСЫ СБЕРСПАСИБО НА ЛОТЕРЕЙНЫЕ БИЛЕТЫ И ПОЛУЧИЛИ МОЩНЫЙ ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЙ ОТКЛИК



ОТ СБЕРБАНКА

- Шаг 1:
выбрать билет на платформах СберСпасибо
- Шаг 2:
обменять бонусы СберСпасибо на купон
- Шаг 3:
активировать купон на сайте Столото и получить билет

Входим в ТОП-3 КАТЕГОРИИ



To make long story short

1:

Лотерея – не ЗАШКВАР

2:

На бонусах, потраченных на лотерею
– вы можете **зарабатывать!**

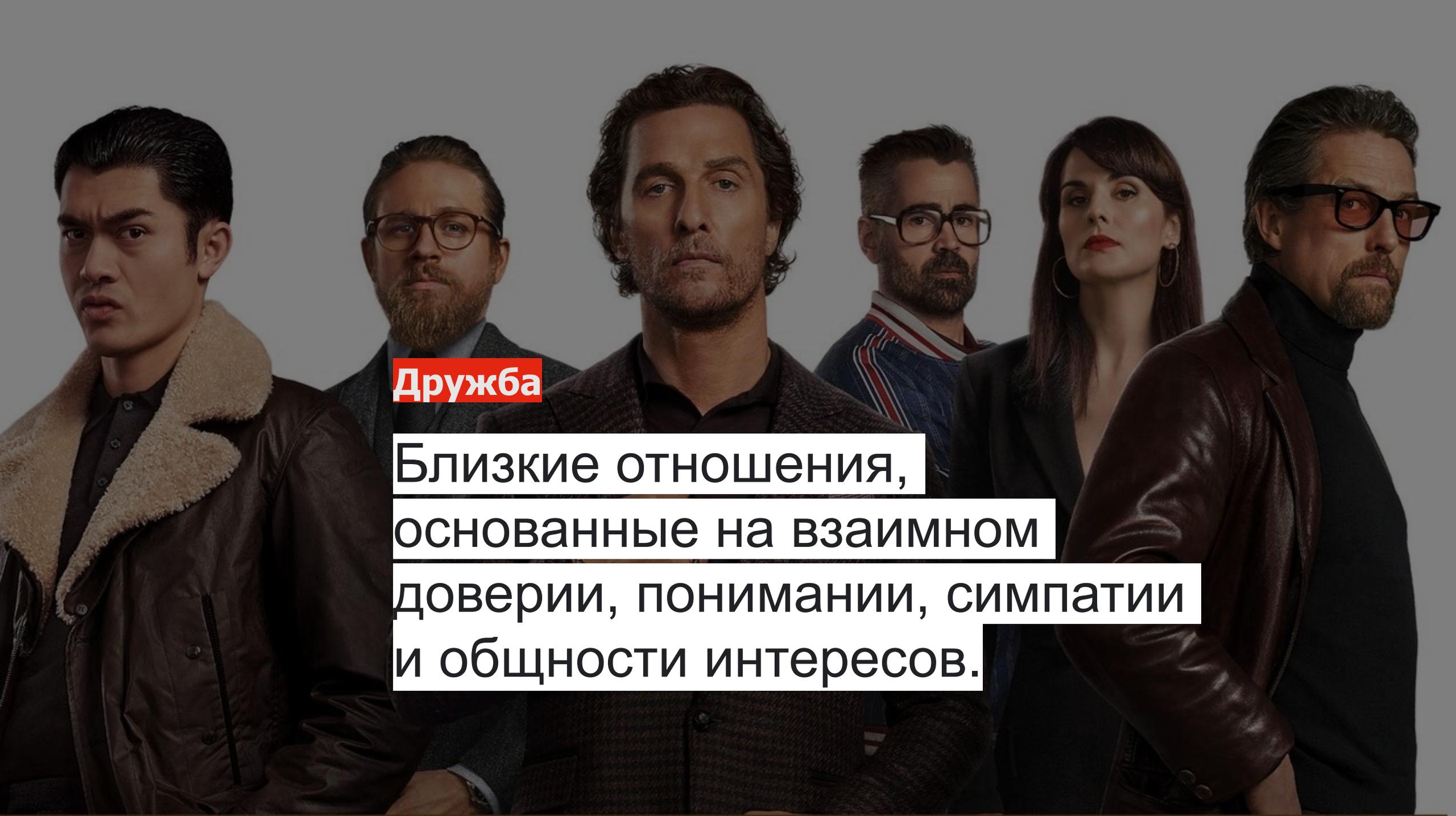
3:

Наша Миссия – соединять человека с его удачей 😊

4:

Мы умеем коллаборировать





Дружба

Близкие отношения,
основанные на взаимном
доверии, понимании, симпатии
и общности интересов.



@vbasanovich

ПОКОЛЛАБИМСЯ?